

2022년 일본 농식품 트렌드를 예측하라

농축산물 트렌드 : 지속가능성과 가치소비 주목

1 지산지소(地産地消) : 지역에서 생산한
농산물을 지역에서 소비하는 활동

일본 농업신문이 농축산물 트렌드를 조사하며 2022년 판매 키워드를 발표하였다. 1위는 신규로 진입한 '지속가능성'이 차지하였다. 지속가능한 개발 목표(SDGs)와 윤리적 소비가 중요해지면서 "환경 등 사회의 과제를 해결하는 상품이 선택 된다(유제품 메이커)"라면서 주목도가 높아지고 있다. 특히 이러한 트렌드는 젊은층을 끌어들이 수 있는 테마가 될 것으로 보고 있다. "저가정책만으로는 농산물 생산이 지속되지 않는다(쌀 도매)"라며 지속가능성의 대안으로 고부가가치화를 찾는 업체도 있다. 또한 '지산지소'¹ · 국산지향처럼 소비에 가치를 부여하는 경향이 높아지고 있다.

코로나19 상황이 장기화되면서 '신형 코로나 대응'이라는 키워드는 7위로 하락하였으나, 2위인 '안전 · 안심'과 5위 '건강(기능성)'은 모두 순위가 전년대비해 상승하여 코로나로 인한 건강의식 향상으로 더욱 높은 수준의 안전 · 안심을 요구하고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 코로나19로 인해 '인터넷거래 · 택배' 역시 상승세가 이어지고 있다.

4위의 '안정(가격 · 수량)'이나 8위의 '물류'처럼 가격급등으로 인한 조달 불안이나 유류 상승에 따른 물류 불안과 같이 공급의 안정성이 떨어지는 부분에 대한 업계의 우려 또한 키워드로 드러나고 있는 것으로 알 수 있다.

2022년 농축산물 트렌드 판매 키워드

자료 <https://www.agrinews.co.jp>

순위	키워드	작년순위	응답률(%)	업체 주요 의견
1	지속가능성	신규	49	- SDGs(지속가능개발목표)가 침투해, 사회과제를 해결하는 상품이 선택되고 있다 (유제품 메이커) - 젊은이들이 요구하는 키워드 (화훼도매)
2	안전 · 안심	3	47	- 식품의 기본인 최저조건 (e커머스) - 코로나로 건강의식이 높아져, 안전 · 안심이 더욱 요구되고 있다 (외식업체)
3	인터넷거래 · 택배	2	38	- 코로나 상황에서 편리함이 호평을 받아 수요가 더욱 증가 (과실도매) - 인터넷판매로 각 지역만의 식재료를 사려는 수요가 높아지고 있다 (청과도매)
4	안정(가격 · 수량)	3	37	- 수입품 조달이 불안정하다 (식육도매) - 수입이 늘어서 걱정, 가격 예측이 어렵다 (생협)
5	건강(기능성)	6	31	컨디션관리 수요가 확대. 기능성이 농산물의 부가가치화를 위한 열쇠 (도매회사)
6	지산지소 · 국산지향	11	30	- 수입정책으로 국산으로 눈을 돌리다 (쌀도매) - SDGs과 함께 지산지소가 활발 (소매업체)
7	신형코로나대응	1	28	오미크론 변이의 유행에 따라 코로나 상황에서의 마케팅이 한동안 계속 (화훼도매)
8	물류	8	27	신선한 식품을 배달하기 위해서는 물류망의 확보가 불가결하다 (식품도매)
9	간편 · 시간단축	10	26	집에서 지내는 시간이 늘어, 조리 부담 경감에 대한 수요가 높아지고 있음 (유제품메이커)
9	적정가격(절약지향)	6	26	불경기나 수입 감소 경향으로, 소비자는 지출을 억제하는 경향이 있음 (식육도매)

요리 트렌드: 새로운 맛과 식감에 대한 관심 증가

일본 최대의 요리레시피 사이트인 'cookpad'에서는 위드코로나 상황에서의 2022년도 식품 트렌드를 예측하며 발표했다. 최근에는 기존의 요리나 식재료를 새로운 맛과 식감으로 즐기는 경향이 높아지고 있다. 이러한 변화를 바탕으로 인지도와 인기가 높아질만한 식재료·요리를 소개했다.

건두부(豆腐干) 딱딱한 두부를 압축·탈수시킨 것으로 중국이나 대만에서는 주로 조림이나 볶음요리에 사용되고 있는 식자재. 가늘게 자른 제품은 면 대신 사용할 수 있다. 최근 건강에 대한 관심이 계속 높아지고 있기 때문에 저당질·고단백 식재료로 주목받을 것으로 보인다. 건두부는 맛이 강하지 않기 때문에 어떤 요리에도 사용하기 쉽다는 장점이 있다.

포크빈달 매운맛과 신맛이 나는 인도 카레로, 포르투갈에서 인도 서해안 지방고아지역으로 전승되면서 고아의 명물요리로 알려져 있다. 원래는 돼지고기를 와인식초와 마늘로 끓인 요리였으나 전승과정에서 카레로 변형되었다. 인기가 많은 카레 중에서도 '시큼함'이 있는 새로운 일품요리로 부상하고 있다.

반숙카눌레 90년대 후반 유행했던 카눌레가 다시 붐을 이루고 있다. 클래식한 것 외에 장식이나 맛을 첨가한 새로운 카눌레가 잇달아 등장하고 있다. 그중에서도 '반숙 카눌레'는 '반숙 치즈케이크', '반숙 카스텔라'에 이어 반숙 붐을 일으킬 수 있

을 것으로 예상된다. 겉은 바삭하고 속은 걸쭉한 식감으로 한번 먹으면 중독될 것이 틀림없다.

목테일 영국에서 유래한 무알콜 칵테일의 총칭이다. “덥다”, “모방하다”라는 의미의 “mock(목)”과 “cocktail(칵테일)”을 합친 조어로, 부담 없이 무알콜 칵테일을 즐기고 싶다는 발상에서 유래되었다. 코로나19 영향으로 술을 마시지 않는 젊은이가 늘고 있으므로 일본에도 목테일 붐이 일어날지도 모른다.

듀카(Duqqa/dukkah) 붐을 일으킨 '하리사(홍고추를 이용한 튀니지의 소스)'를 필두로 중동지역 조미료에 대한 주목도가 높아지고 있다. 그중에서도 지금 애용자가 증가하고 있는 것이 '듀카'. 견과류와 커민, 코리앤더 등의 향신료, 소금이 절묘한 밸런스로 배합되어 있어 샐러드나 고기에 뿌리기만 하면 언제나 맛이 에스닉하게 변신한다. 각 미디어에서도 다루기 시작하고 있어 가장 핫한 주목을 끌고 있다.



2



1



3

4

- 1 건두부
- 2 포크빈달
- 3 목테일
- 4 반숙카놀레
- 5 듀카

자료 cookpad
(<https://static.cookpad.com>)



5



작성자 도쿄지사 김행남

Key Point

코로나19가 장기화되면서 일본의 식품 트렌드에 많은 영향을 주고 있다. 건강에 관한 관심이 여전한 반면, 새로운 것을 찾는 소비자들도 많아지고 있다. 올해는 이와 더불어 나타나는 흥미로운 특징으로 소비에 가치를 부여하는 소비자가 많아질 것이라는 예측이 주를 이루고 있다. 젊은층을 중심으로 지속가능성에 대한 관심이 높아지면서 좀 더 환경에도 이로우며 농가에도 도움이 되는 제품들에 대한 수요가 더욱 강화될 것으로 보인다. 업계에서도 이에 발맞추어 식품 낭비를 줄이거나 친환경 포장재를 사용한 제품을 출시하는 등 발 빠르게 대응하고 있다. ESG가 전세계적인 화두인만큼 우리 식품업계도 이에 대한 대비를 하고 이를 강조한 마케팅을 할 필요가 있을 것이다.